知的資産経営報告書
2015年

TADA INDUSTRY

タダ工業

目　次

1. ご挨拶　・・・・・・・・・・・・・・・3

2. 経営哲学　・・・・・・・・・・・・・・・4

3. 事業概要　・・・・・・・・・・・・・・・5

4. これまでの事業展開　・・・・・・・・9

5. 自社の強み・優位性(知的財産)　・・・10

6. 市場環境　・・・・・・・・・・・・・・・14

7. 今後の事業展開　・・・・・・・・・16

8. 会社概要　・・・・・・・・・・・・・・19

9. あとがき　・・・・・・・・・・・・・・20

1. ご　挨　拶

▪ 当社は昭和五十五年、塩化ビニールコーティング会社として開業致しました。
当初は、主に量販店向けの洋服ハンガーのコーティングを行い順調な業績を見ましたが、時代が平成に入り経済のグローバル化、後進国の追い上げにより、厳しい業績となりました。
そのような中で親子で知恵を出し合い、洋服ハンガーは量販店向けから通販向けへと販路を変えると共に、新たに花木の支柱に使用するビニールキャップの生産を始めました。
特に支柱キャップは、農園への直接販売を試み、現在は百四十余りの農園の皆様にご愛用頂いて居ります。
最近は販路を変えることにより、ハンガーの販売も順調な数字を残しております。

当社は従業員3名の小さな事業者ですが、一同、取引先様に支障の出ない迅速な対応を旨としてきました。創業以来、徹底して継続してきたことでご愛顧頂いて参ったと思っております。

大きく変動する経済環境により、今後増々ニッチ市場が広がるものと考えております。
今後も更に、的確にニッチ市場を見極め、ニッチ企業として生きて行きます。

タダ工業は今まで同様「小物」「小ロット」「短納期」の要望にお応えし、
お客様に喜んで頂ける様努力をして参りますので、ご愛顧賜りますようお願い致します。

TADA INDUSTRY　多　田　嘉　高

2. 経 営 哲 学

(1) 経営理念

・お客様を待たせないことが、信頼関係を構築する。

(2)経営理念の趣旨・説明

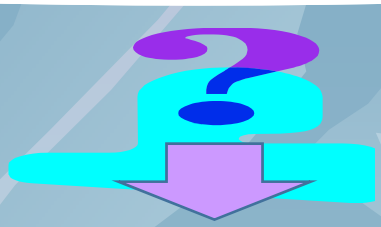
・お客様の工程スケジュールに支障をきたさないように即答、短納期、低コストを基本とし、信頼される企業を目指しております。

(3). 行動指針10カ条

1. 明るい挨拶を慣行としています。
2 お客様リストを作成し、営業やアフターケアに活かしています。
3. 効率の良い作業を進めるために日々工夫しています。
4. コスト削減に貢献出来るようにアイデアを絞っています。
5. 取引先には直接赴きます。(実際に商品を手に取ってもらい使用感などを確認して頂いています。)
6. 週に一度、得意先周りを行います。
7. 何事にも即答出来るような体制を取っています。
8. 納期厳守は勿論、納期前倒しにも対応しています。
9. お客様を待たせません。
10. お客様に笑顔を提供いたします。

3. 事 業 概 要

当社は
塩ビディップコーティングの会社です



塩ビディップコーティング？それって何？

塩ビディップコーティングとは
熱した雄金型を、樹脂に浸漬させ金型に付着した状態で再度、加熱しゲル化をさせて成型する方法で、PVCコーティングと呼ばれることもあります。

もう少し簡単に言うと熱した金属に液体樹脂を付着させて再度、熱処理し固めたものです。
これをディップコーティングと言います。

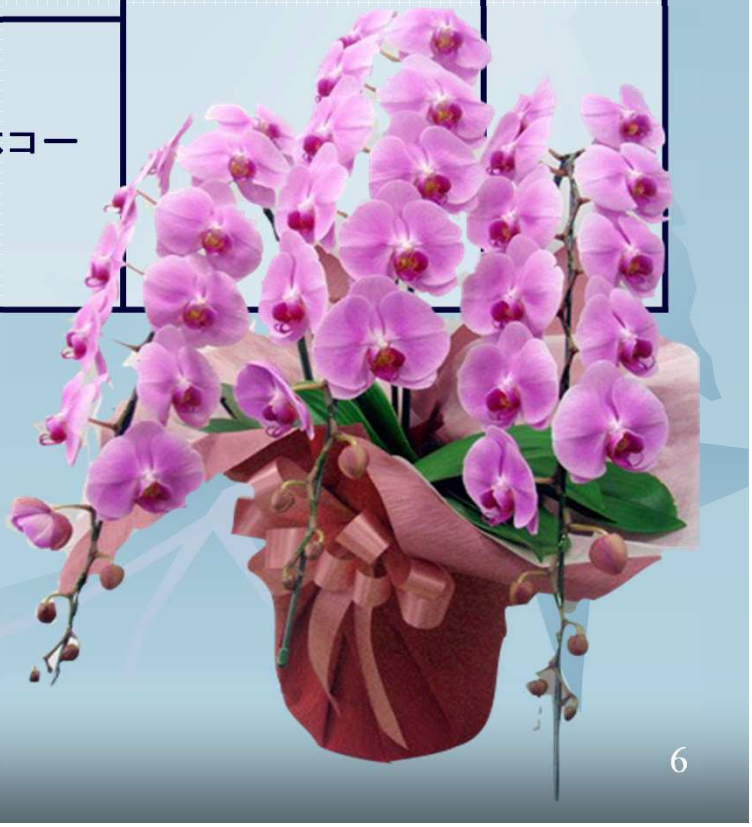
ディップコーティングでは、防錆・絶縁・滑り止めといった機能を持たせる事が出来るので、自動車部品、建機部品、ハンガー等の多用途に利用されております。

当社では、この液体樹脂の他に、紛体樹脂（ポリエチレン、ナイロン樹脂）のコーテイングも取り扱っております。

3. 事 業 概 要

（3-1） 事業内容

	製造部門			製品	売上構成比
①	洋蘭キャップ（塩ビディップコーティング）			・胡蝶蘭用支柱キャップ 各種（茶色、緑）	50%
②	各種民生品・工業用品	2-1	塩ビディップコーティング	・建機部品 ・店舗向け什器 ・農機具部品 ・通販家庭用ハンガー ・自動車部品 ・工業機械部品	50%
		2-2	ポリエチレン粉体コーティング		
		2-3	ナイロン粉体コーティング		



3. 事 業 概 要

(3-2)業務プロセス

	洋ラン部門	各種民生品・工業用品部門
営　　業	・訪問による直接営業 サンプル付DM送付での営業	・訪問による直接営業 毎週木曜日は納品とルート営業
試　　作	・お客様の意向が一番に取り入れる事が出来る技術力と経験がある。 ・見積書から契約までを短時間対応。	・お客様の意向を一番に取り入れる事が出来る技術力と経験がある。 ・見積から契約までを短時間対応
商談・受注	・サンプル品を直接持参、実演 ・お客様のニーズに合ったロット販売 ・お客様の必要な時期に発送が可能	・試作品の作成は、1週間以内。 直製持参もしくは、郵送対応。 ・色々な部品への対応が可能。
製　　造	・塩ビコーティングによる ・自社独自の金型による製造。 ・自社独自の熱処理機械を保有。	・塩ビディップコーティングが可能 ・ナイロン粉体コーティングが可能 ・ポリエチレン粉体コーティングが可能
納　　品	・自社便による納品が可能。 ・運賃弊社負担での発送体制	・自社便による納品が可能。
アフターフォロー	・毎週木曜日に得意先回りを実施。 ・顧客データリストを作成し、漏れのないフォローを行っている。	

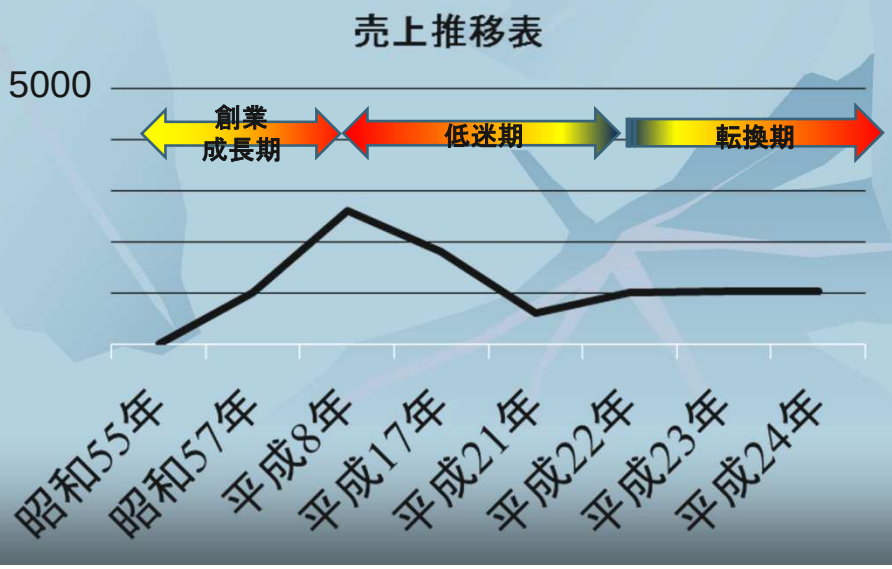
3. 事 業 概 要

（3-3） 業務プロセスと当社の特徴・取り組み

プロセス名	行っている事	工夫 ・ 特徴	特徴を生み出している秘訣、理由、根拠
営　業	・直接営業 ・提案 ・DMの発送	・毎週木曜日は営業 ・小ロットからの対応	・お客様の意向を一番とする経営者の考え方 ・長年の経験と技術力
試　作	・サンプル品の持参 ・サンプル品の試作時間の短縮	・サンプル品の試作は、3日～1週間（超速サンプル）	・短時間で品質の良い物を提供する事でお客様との信用と安心を得る
商談・受注	・金額積算について時間をかけない ・電話による見積可能	・親子間の連携 ・いつでもどこでも相談出来て即対応即結果が出る	・長年の経験と技術力 ・家族従業員であり24時間相談が出来る
製　造	・営業時間が決まっている。（9時～5時） ・ミーティングの実施	・自社独自の熱処理機械を保有 ・自社独自の金型を使用。	・経験を活かした機械改良が出来る ・毎日の生産計画を見直している
納　品	・小ロットからお客様の希望数を受注 ・自社便による納品	・お客様の声に答える ・緊急対応	・家族全員が製造のノウハウを所持 ・お客様を大事にする経営理念
アフターフォロー	・顧客リスト ・既存先への定期訪問	・お客様との信頼関係の構築、維持	・お客様を大事にする経営理念とそれを徹底て実践する社風

4. これまでの事業展開

期間	年度	出来事	知的資産との関係
創業 成長期	昭和55年	塩ビコーティング業として創業	創業当初より量産品を 大量生産することとなり その要求に応えて行く内に 社内生産体制が培われ お客様に対する対応力が 出来上がってきた
	昭和57年	㈱森金属と取引開始	
	昭和57年	乾燥炉を一基増設し、量産体制に対応する	
	昭和57年	自動昇降機を増設し、均一的な商品が量産出来るように対応する	
	平成元年	ポリエチレン粉体コーティングが行えるようになる	
	平成2年	ナイロン粉体コーティングが行えるようになる	
低迷期	平成9年	多田倫規　入社	低迷期に入り新たな事業展開を模索した その過程において情報収集力、営業力が培われてきた 多方面に対する技術力、応用力が培われてきた
	平成14年	UV硬化型樹脂製品のため照射炉を設置	
	平成16年	量産品が中国等で生産され始める	
転換期	平成22年	洋蘭生産者向けに支柱キャップの製造販売開始	メーカー直販としての 販路を見出した



5.自社の強み・優位性（知的資産）

■ 知的資産とは

「知的資産」とは、特許やノウハウなどの「知的財産」だけではなく、人材、技術、顧客とのネットワーク、ブランド等の目に見えない資産、強みのことで、企業の競争力の源泉となるものです。

①人 的 資 産

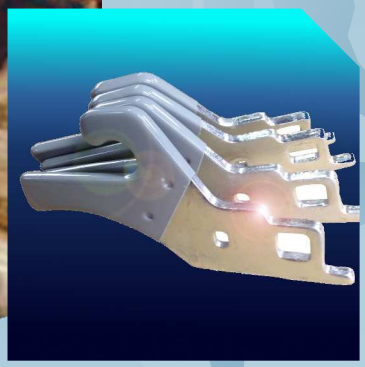
1.従業員全員がコーティングノウハウを熟知している。そのため、生産能力にムラが生じない
2.営業を担当する社長と後継者が積極的にコミュニケーションできる。技術力も高いので商談がスムーズに運ぶ
3. オリジナル治具の発案ができる従業員がいる。その後の工程がスムーズになり、低コストが実現できる
4.全従業員が即納、納期厳守など、お客様を困らせない意識が高い。その結果、ご愛顧頂いている

コードクリップ
（自動車用）

5.自社の強み・優位性（知的資産）

②組　織　資　産

1.従業員は全員が家族による構成
　団結力が高く、24時間情報交換が可能で
　風通しの良い組織
2.毎週木曜日は創業当初から営業を実施
　取引先は工程が組み立てやすく
　安定供給が見込まれる
3.長期に渡り蓄えられてきたコーティングデータ
　大まかな納期、単価が即答できる
4.全国140以上の洋蘭生産者様の顧客データ
　未購入エリアの絞り込みが容易であり
　ルート営業の際にも有効活用出来る



門扉取っ手ハンドル

5.自社の強み・優位性（知的資産）

③ 関 係 資 産

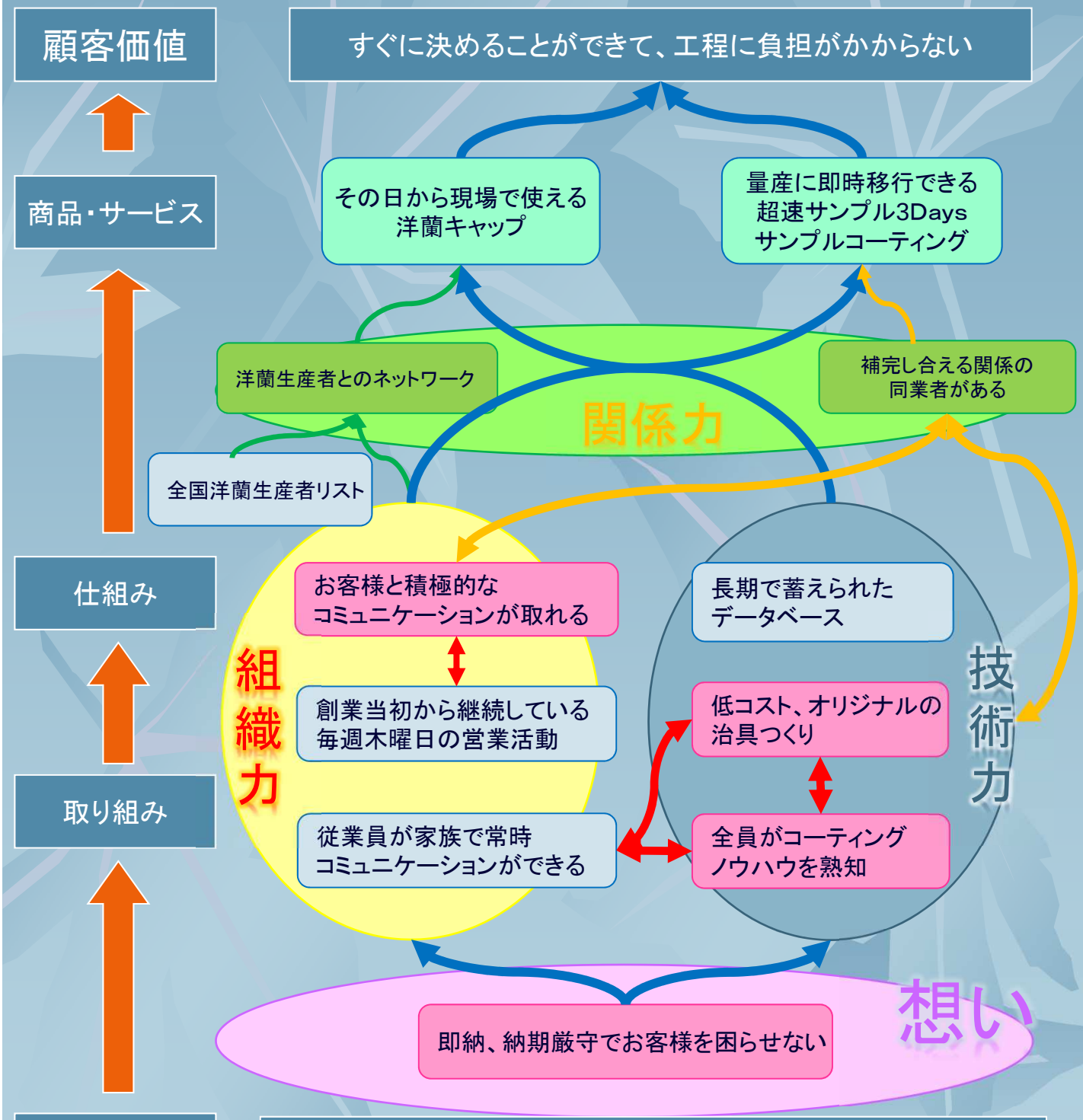
1.日本全国の80%洋蘭生産者様とのネットワークがあり
　良好な関係から更に他社を紹介して頂ける関係にある
2.幅広い業界、分野のお客様があり
　長年良好な付き合いができている
3.弊社で対応不可能な商品を補完し合える
　同業者に発注することができるため受注の幅が広がっている

洋蘭　支柱先端キャップ

コンデンサーカバー

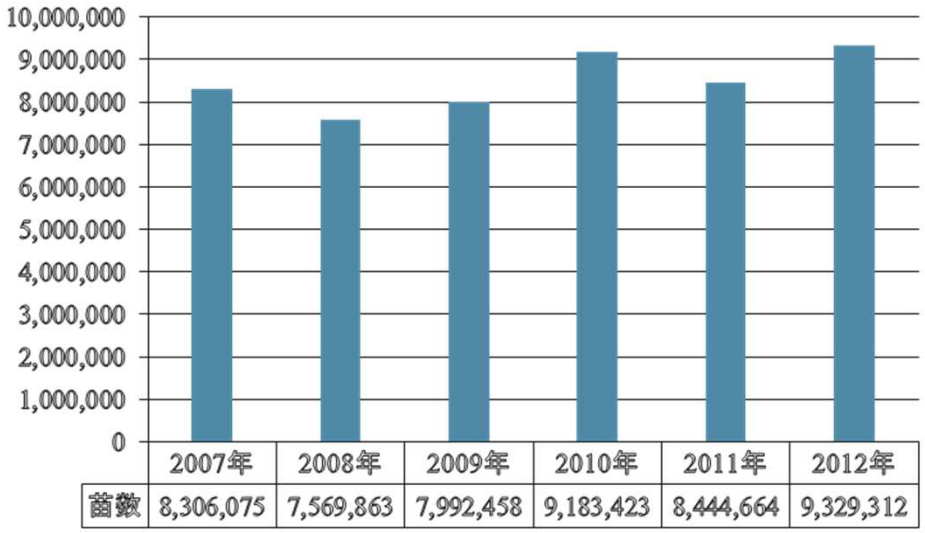
5.自社の強み・優位性（知的資産）

④ 価値創造ストーリー（過去～現在）



6. 市場環境

胡蝶蘭苗輸入量推移

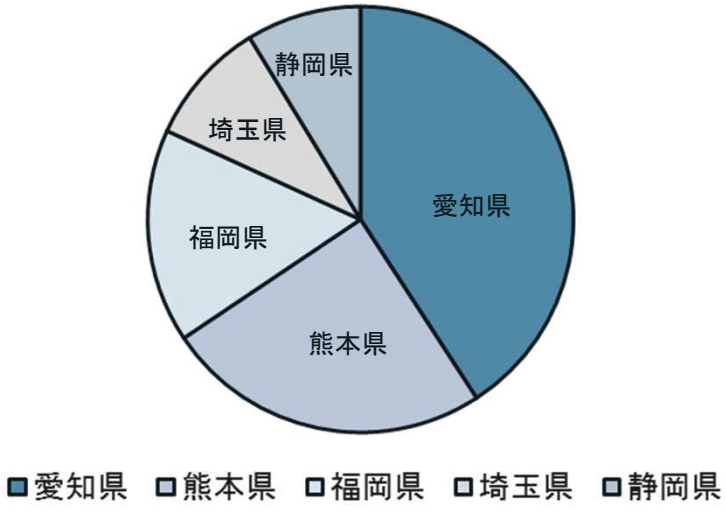


	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
苗数	8,306,075	7,569,863	7,992,458	9,183,423	8,444,664	9,329,312

社団法人　日本花き生産協会　より抜粋

胡蝶蘭苗の輸入量は年ごとの増減はあるものの、全体的に見ると微増傾向にある。この傾向から、蘭の需要は今後も底堅く継続するものと思われる。

洋蘭出荷量

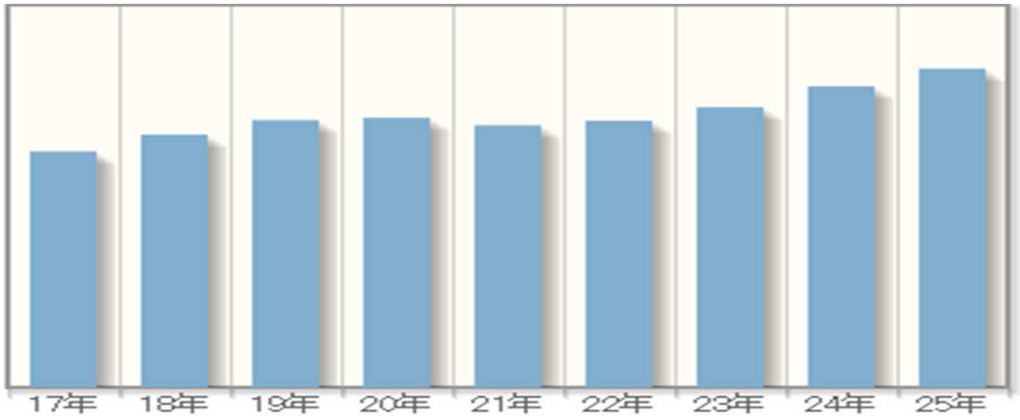


「愛知県における洋蘭生産」平成24年度より抜粋

洋蘭の出荷量を都道府県ごとに見ると上記のグラフのようになる。地域ごとの傾向を把握することにより、今後の営業活動の効率化に活かしていくことができる。

6. 市場環境

通販業界の売上推移

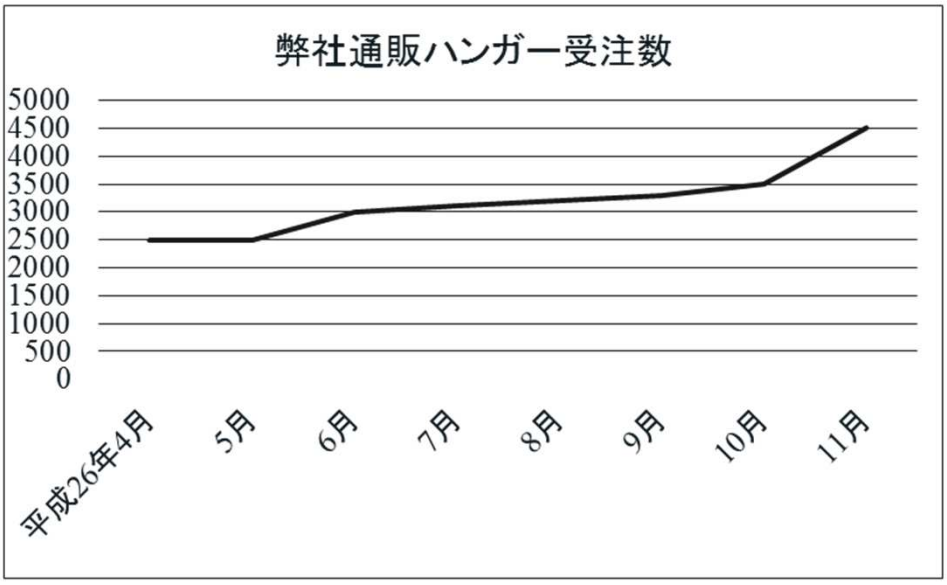


(平成25年から26年の通販業界主要16社の売上高景1兆1716億円)

(業界動向SERCH. COM記事より抜粋)

上記グラフは通販業界の業界規模の推移をグラフで表したものである。
平成19年から22年までは横ばいとなりましたが、平成22年から再び増加傾向に転じ、平成23年から25年に入りスマートフォンやタブレットなどによるインターネット通販が後押しする形となり、業績は増々増加傾向に転じています。

通販業界がこのような推移を示す中、当社も平成26年4月より、通販専用ハンガーの受注を開始いたしました。以下のグラフに示すように、通販業界の動向と比例して順調に販売数量を伸ばしています。引き続き通販各社がネット販売、並びにスマートフォンアプリを開発、リリースしており、今後も通信販売網を販路とした受注の拡大が見込めると考えています。



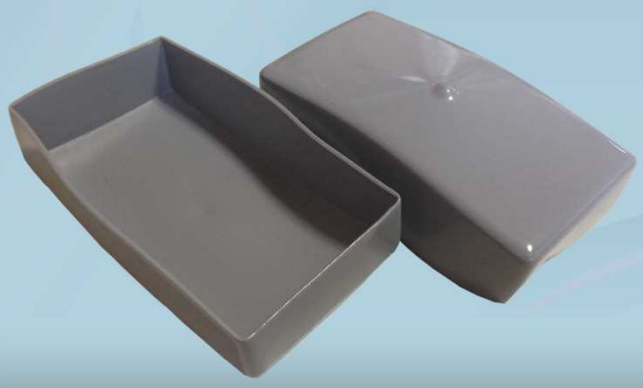
7. 今後の事業展開

1.将来の経営戦略

1.社長と従業員の積極的な営業力を活かして、
微増を続ける底堅い洋蘭業界でシェアを高める
2.下請け的なやりかたで既存事業は維持しつつ、
多業種にわたる取引からの関係力を強みとして
生かして新商品の開発事業化を果たす

2.将来の経営戦略を実現するための重要成功要因

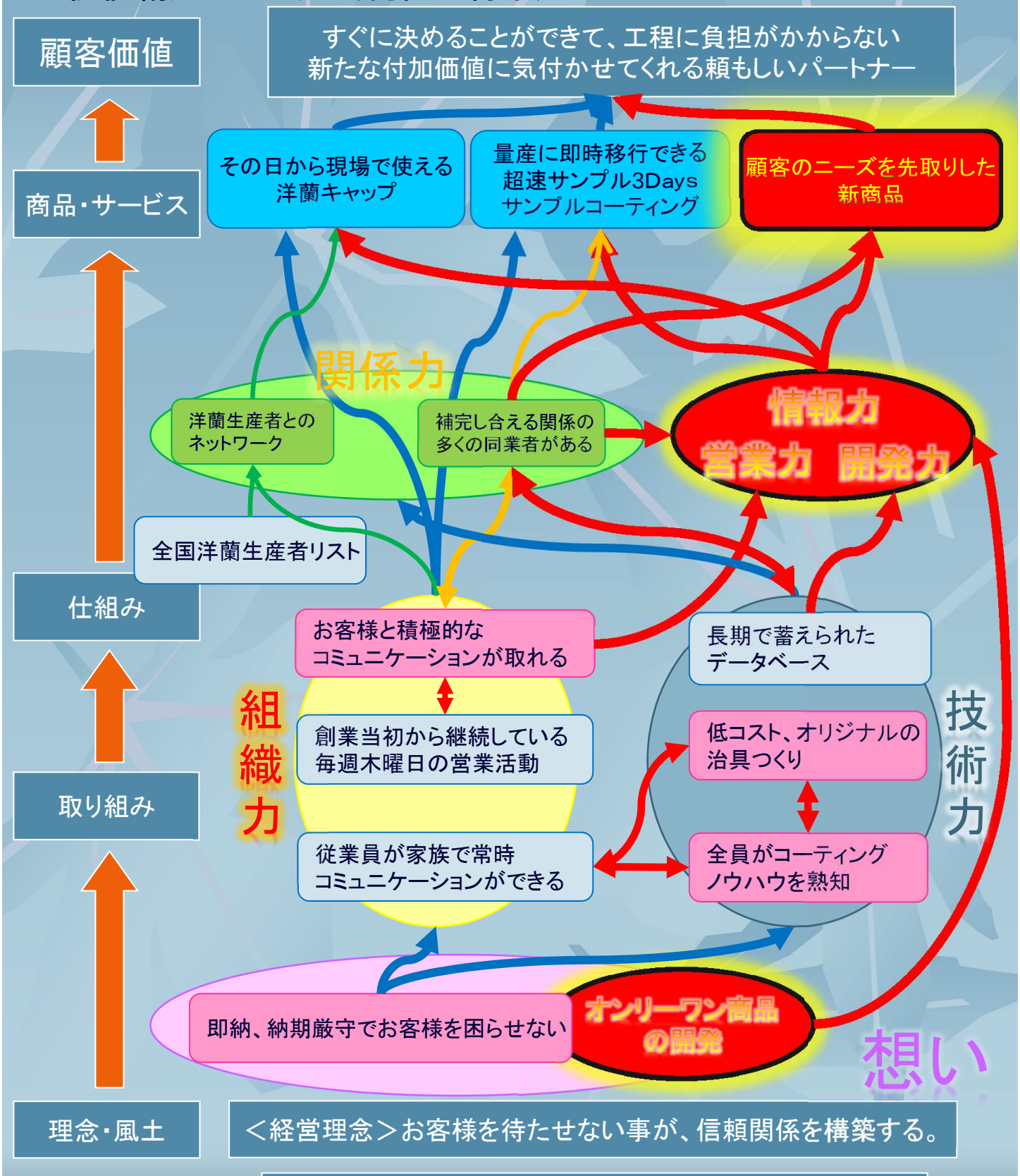
① 情報収集力を高め、各種情報を効果的に事業展開に活かす。新たな人脈の構築やSNSの活用により情報基盤を築き、営業力や技術開発力を高める
② 限られたリソースで新商品を開発するため、補完し合える相互協力取引先を積極的に増やす



自動洗車機用支柱カバーキャップ

7.今後の事業展開

価値創造ストーリー（現在～将来）



背景色の説明　人的資産　組織資産　関係資産

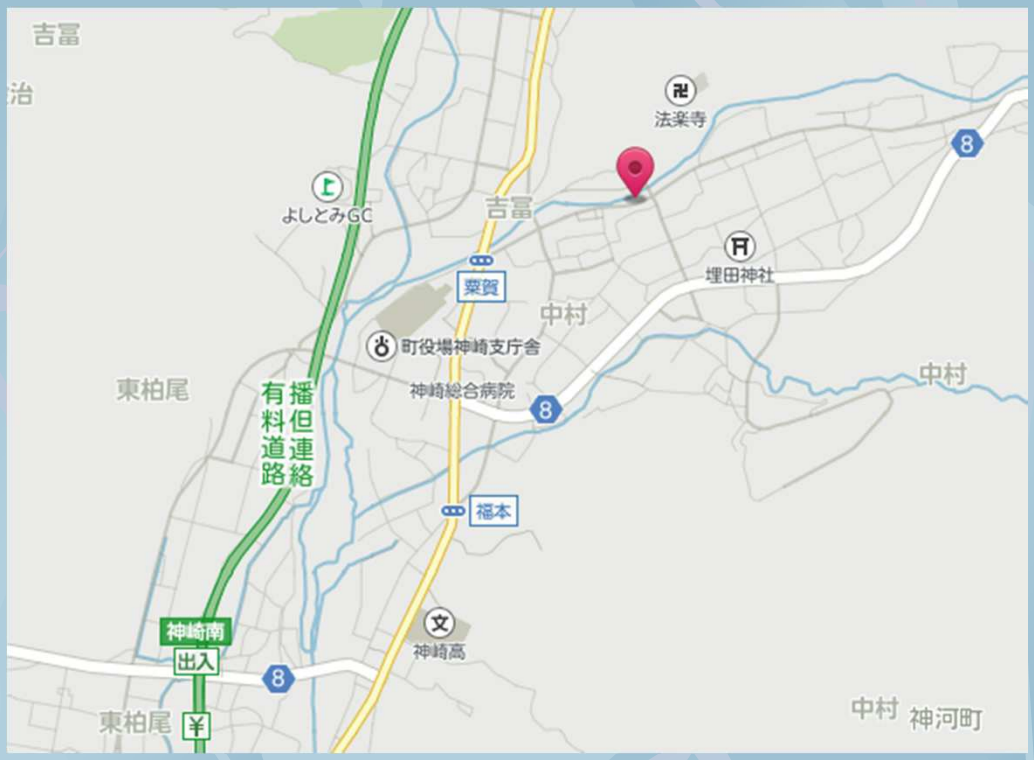
7. 今後の事業展開

重要評価指標

		現状（2014年）	将来（2017年）
売上高		1040万円	1500万円
新規事業売上		0	100万円
KPI(key performance indicators):重要業績評価指標			
情報収集力の獲得	SNSでの顧客要求数	0件	5件/月
	製品最終用途の把握	20%	70%
	市場調査回数	0回	1回/半期
	HP閲覧数	0回	300回/月
関係力強化	補完的協力企業	2社	5社
	新規顧客紹介件数	0社	10社
技術開発力強化	新規製品試作回数	1回/月	3回/月
	コーティング種類の増加	3種類	4種類
営業力強化	営業回数	3回/月	5回/月
	営業受注率	10%/訪問数	20%/訪問数

8. 会社概要

会社名	タダ工業
創業	昭和55年
会社所在地	住所：兵庫県神崎郡神河町中村223-2 TEL：0790-32-1950 FAX：0790-32-2276
代表	多田嘉高
従業員	3名
事業内容	塩化ビニールディップコーティング ポリエチレン粉体コーティング ナイロン粉体コーティング



MAP　QRコード

9. あとがき

(1)知的資産経営とは

知的資産経営とは、従来バランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産(特許・ブランドなど)、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。よって、「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー(利害関係者)に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動(価値創造戦略)として目にする形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠しています

(2)注意事項

本知的資産系報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画ならびに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて掲載しています。そのため、将来にわたり当社の取り巻く経営環境(内部環境及び外部環境)の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が将来実施または実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保障するものではないことを、十分にご了承願います。

(3)作成者

タダ工業

(4)作成支援

マネジメントラボ ブリーズ
代表・中小企業診断士　及川朗

(5)お問い合わせ

兵庫県神崎郡神河町中村223-2
タダ工業　多田倫規
とものり

(6)発行

2015年1月